

DAGMAR

Digilukemisen ilmiöt -tutkimus

Loppuraportti, 2.6.2024

Dagmar, Anni Haavisto

Sisältö

- Tavoitteet
- Toteutus
- Tekoälystä

- Tulokset

- Yhteenvetoa ja johtopäätökset



Tutkimuksen tarve ja tavoitteet

Media Audit Finland halusi ymmärtää sanomalehtien ja aikakauslehtien lukemiseen liittyviä ilmiöitä. Tällä hetkellä erityisessä tarkastelussa ovat digilukemisen kehittyminen sekä printti- ja digilukemisen muuttavat tavat – mitkä ovat todelliset motiivit digisiirtymän taustalla ja miten ne näkyvät lukijoiden toiminnassa?

Tavoitteena oli ymmärtää, mitkä ovat niitä merkittäviä tekijöitä, joiden avulla Media Audit Finland voi lisätä lehtikustantajien ymmärrystä sisällön kuluttamisesta eri muodoissa.

Tutkimuksen avulla haluttiin myös varmistua siitä, että Kansallinen mediatutkimus pysyy ajan tasalla ja tarvittaessa kehittää KMT:n väittämätasteristoa.

Toteutus

Tutkimuksen toteutus kahdessa vaiheessa

1

ESITUTKIMUS

- Syvähaastattelut etnografisella otteella – digisanomalehden lukeminen
- Konkreettinen syväsukellus siihen, mitä lukiessa tapahtuu. Tuki yhteisön sisällön rakentamista
- 6 haastattelua
- 16-74-vuotiaita suomalaisia, eri puolilta Suomea ja eri kokoisilta paikkakunnilta
 - Kaikki lukevat sanomalehtien digiversioita, osa myös näköislehtiä
- Syvähaastattelut Teamsin välityksellä
- Kesto noin 45 minuuttia
- Tämän vaiheen tulosten pohjalta muokattiin toisen vaiheen sisältö mahdollisimman relevantiksi.

2

VARSINAINEN TUTKIMUS

- Online-yhteisö
 - Ns. self-ethnography
- Digilukemisen ilmiöiden tarkastelu laajemmassa kohderyhmässä
- 29 osallistujaa
- 16-74-vuotiaita suomalaisia
 - tasaisesti osallistujia eri ikäryhmistä, eri puolilta Suomea sekä eri kokoisilta paikkakunnilta. Alueellinen jako suunniteltiin Media Audit Finlandin kanssa yhteistyössä.
 - Kaikki lukevat sanomalehtien digiversioita, osalla korostuu näköisversiot
- Kaikki vastaajat olivat riittävän digitaitoisia, että pystyvät itsenäisesti osallistumaan online-yhteisön toimintaan

Tutkimuksen tiedonkeruu tehtiin helmi-maaliskuussa 2024



Online-yhteisöstä tarkemmin

Osallistujien kvalitatiivinen osallistaminen toteutettiin online-yhteisönä.

- Käytännössä osallistujat siis kirjautuivat online-alustalle, jossa vastaavat heille suunniteltuihin kysymyksiin lehtien lukemiseen liittyen ja tekevät aiheeseen liittyviä tehtäviä.
- Alustalle voi kirjautua n. 10 päivän aikana niin monta kertaa kuin halusi ja kysymyksiin pääsi vastata mihin aikaan tahansa ja niin monessa osassa kuin vastaajasta tuntuu luontevalta.
- Kysymykset voisi myös tarvittaessa vaiheistaa esim. kahteen osaan, mutta tässä tutkimuksessa niin ei tehty.
- Vastauksiin voi liittää kuvia, linkkejä ja videoita.

MIKSI ONLINE-YHTEISÖ?

- **Joustavuus:** Vastaajat voivat vastata silloin kun heille parhaiten sopii.
- **Yhteisöllisyys:** Vastaajat toimivat yhdessä, näkevät toistensa vastaukset ja pääsevät keskustelemaan ja kommentoimaan.
- **Mahdollistaa tehtävät:** Vastaajille voidaan antaa tehtäviä, esimerkiksi eri sanomalehtien tai aikakauslehtien sivustoilla vierailut.

- Yhteisön moderaattori osallistui yhteisön toimintaan vähintään kerran päivässä
 - Tähän sisältyy vastausten lukeminen, lisäkysymysten kysyminen, kommentoiminen ja muu yhteisön aktivointi.
- Alustaksi valittiin Bilendin Discuss –yhteisöplatform
 - Discuss-platformissa pilotoitiin tekoälyratkaisuja, jotka kuitenkin vielä validoitiin perinteisellä henkilötyöllä.
 - Tekoäly moderointi tehtiin osallistujille alusta asti selväksi.

Osallistujat

| Sukupuoli | Ikäryhmä | Paikkakunnan koko | Alue | Ammattiasema | Elämäntilanne |
|-----------|--------------|------------------------------|-------------------|---------------------|--------------------------------|
| Mies | 46-55 vuotta | Yli 200t asukasta | Pohjois-Pohjanmaa | Työntekijä | Asun yksin |
| Mies | 56-70 vuotta | Yli 200t asukasta | Pohjois-Pohjanmaa | Eläkeläinen | Asun yksin |
| Nainen | 26-35 vuotta | Yli 200t asukasta | Uusimaa | Muu toimihenkilö | Asun puolison ja lasten kanssa |
| Nainen | 26-35 vuotta | 100-200t asukasta | Keski-Suomi | Ylempi toimihenkilö | Asun kaksin puolison kanssa |
| Mies | 56-70 vuotta | Yli 200t asukasta | Pohjois-Pohjanmaa | Itsenäinen yrittäjä | Asun kaksin puolison kanssa |
| Nainen | 26-35 vuotta | Yli 200t asukasta | Pohjois-Pohjanmaa | Työtön työnhakija | Asun puolison ja lasten kanssa |
| Nainen | 56-70 vuotta | Alle 20t asukasta / Maaseutu | Varsinais-Suomi | Ylempi toimihenkilö | Asun kaksin puolison kanssa |
| Mies | 46-55 vuotta | 100-200t asukasta | Keski-Suomi | Työntekijä | Asun puolison ja lasten kanssa |
| Nainen | 26-35 vuotta | 100-200t asukasta | Keski-Suomi | Työntekijä | Asun kaksin puolison kanssa |
| Mies | 36-45 vuotta | 50-100t asukasta | Etelä-Pohjanmaa | Työntekijä | Asun puolison ja lasten kanssa |
| Nainen | 36-45 vuotta | Alle 20t asukasta / Maaseutu | Pirkanmaa | Työntekijä | Asun puolison ja lasten kanssa |
| Nainen | 16-25 vuotta | Yli 200t asukasta | Pirkanmaa | Opiskelija | Asun kotona vanhempien kanssa |
| Mies | 56-70 vuotta | Yli 200t asukasta | Pohjois-Pohjanmaa | Eläkeläinen | Asun kaksin puolison kanssa |
| Mies | 46-55 vuotta | Yli 200t asukasta | Pirkanmaa | Työntekijä | Asun yksin |
| Nainen | 26-35 vuotta | 50-100t asukasta | Pohjois-Karjala | Opiskelija | Asun yksin |
| Nainen | 36-45 vuotta | Yli 200t asukasta | Uusimaa | Ylempi toimihenkilö | Asun puolison ja lasten kanssa |
| Mies | 26-35 vuotta | Yli 200t asukasta | Uusimaa | Muu toimihenkilö | Asun yksin |
| Mies | 26-35 vuotta | Alle 20t asukasta / Maaseutu | Keski-Suomi | Työntekijä | Asun yksin |
| Mies | 26-35 vuotta | Yli 200t asukasta | Varsinais-Suomi | Työntekijä | Asun puolison ja lasten kanssa |
| Nainen | 36-45 vuotta | Yli 200t asukasta | Uusimaa | Ylempi toimihenkilö | Olen yksinhuoltaja |
| Nainen | 36-45 vuotta | 20– 49t asukkaan paikkakunta | Pirkanmaa | Työntekijä | Asun puolison ja lasten kanssa |
| Mies | 36-45 vuotta | Yli 200t asukasta | Uusimaa | Työtön työnhakija | Asun yksin |
| Mies | 26-35 vuotta | Yli 200t asukasta | Uusimaa | Ylempi toimihenkilö | Asun yksin |
| Nainen | 36-45 vuotta | Yli 200t asukasta | Pirkanmaa | Työntekijä | Asun puolison ja lasten kanssa |
| Nainen | 56-70 vuotta | Yli 200t asukasta | Uusimaa | Muu toimihenkilö | Asun puolison ja lasten kanssa |
| Mies | 16-25 vuotta | Yli 200t asukasta | Uusimaa | Työntekijä | Asun puolison ja lasten kanssa |
| Mies | 36-45 vuotta | 100-200t asukasta | Päijät-Häme | Työntekijä | Asun puolison ja lasten kanssa |

Tekoälystä

Tekoäly laadullisen tutkimuksen osana

Tekoälyratkaisut ovat yleistymässä myös markkinatutkimuksessa sekä kaupallisessa insight-työssä.

Niiden hyödyiksi voidaan laskea mm.

- Datan analyysin nopeutuminen ja sitä kautta kustannustehokkuus
- Reaaliaikaisuus toteutuksissa ja parempi käytettävyys
- Uudenlaiset oivallukset ja analyysit, joissa tutkijan ennakoasenteet eivät vaikuta

Tekoälyratkaisut ovat kuitenkin vielä uusia ja niiden käytössä on tiettyjä haasteita, jotka on tärkeää huomioida.

Hyödynsimme tutkimuksessa Bilendin Discuss –alustaa ja siellä nimenomaan online-yhteisö työkalu.

Tässä projektissa oli käytössä alustan tekoälytoiminnoista

- Moderointi
- Tagit
- Tunnetila-analyysi
- BARI-analyysi

Mitään tutkimuksen tai analyysin osuutta tai vaihetta ei kuitenkaan jätetty puhtaasti tekoälyn vastuulle vaan kaikki osuudet tehtiin myös perinteisellä ihmisälyllä.

Tekoäly näkyi osallistujille moderoinnissa

Nikone[241062] • 22 days ago

Ess luen välillä töissä. Radiosta eniten kuulen uutiset. Välillä puhelimesta luen jos on jokin mielenkiintoinen uutinen. Somesta harvoin löydän kiinnostavia uutisia.

mielenkiintoista x tehdä työtä x radio x media x uutiset x

puhelin x sosiaalinen x

Reply Tag

BA BARI Moderator • 22 days ago ✓ Response received

Kiitos vastauksestasi! Voisitko kertoa hieman tarkemmin, miksi juuri töissä lukiessa, radiouutisista ja puhelimen uutisista tulee seurattua uutisia? Olisi myös mielenkiintoista kuulla, miksi juuri nämä uutislähteet ovat sinulle tärkeitä. 😊

Nikone[241062] • 22 days ago

Tauoilla tulee luettua uutisia välillä. Ja musiikkiuutisia eri musagenreistä koska DJ olen.

tauoja x aika x dj x eri x genreja x musiikkia x

uutiset x

Reply Tag

BA BARI Moderator • 22 days ago

Kiitos osallistumisestasi, Nikone! Arvostamme vastaustasi.

Osallistujille kerrottiin heti yhteisön alussa tekoälyn osuudesta:

”Ensisijaisesti yhteisöä moderoi ja vetää Dagmarin tutkijat. Käytämme kuitenkin yhteisön moderoinnissa apuna myös uutta tekoälytoimintoa. Tekoälyn tekemän toiminnot on merkitty siten, että ne on helppo tunnistaa. Yhteisön lopuksi kuulemme mieluummin ajatuksia siitä, millaista tekoälyn kanssa toimiminen on. Tämä on meille oppimisprosessi, joten kaikki kommentit otetaan ilolla vastaan!”

Lopussa pyysimme palautetta ja se oli pääosin positiivista:

”Tää oli hyvä tutkimus. Omasta mielestä kaikki sujui kätevästi, kysymykset olivat selkeitä ja vastaaminen oli helppoa. Myös tekoälymoderaattori tuntui toimivan moitteettomasti.”

”90% toimi hyvin, loput 10% ilmoitin etten ymmärrä kysymystä.”

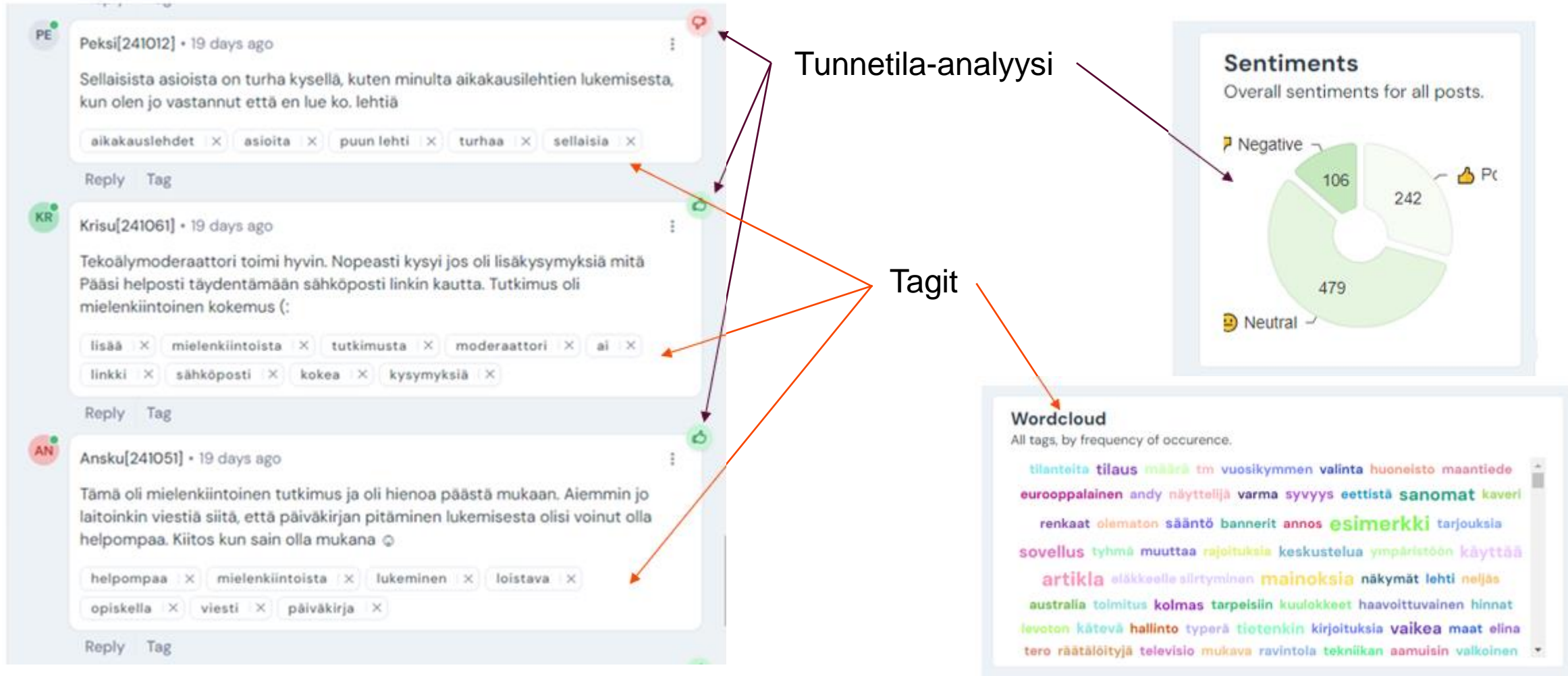
”Tekoälymoderaattori tuntui Pakhasian aikoinaan lanseeraamalta autokorjaamosimulaattorilta, joka keskusteli toistamalla ihmisen lauseita.”

Kehitysehdotukset toimitetaan osittain Bilendin tuotekehitykselle ja osittain niistä otetaan itse opiksi.

Tekoälytoimintojen hyödyntäminen

- Discuss-alustassa kirjoitetaan yksi, koko tutkimusta koskeva prompti tekoälylle.
 - Tämä kirjoitetaan alustan rakentamisen alussa ja sitä pääsee muokkaamaan myöhemminkin.
 - Yksi prompti tuntuu toimivan ihan kohtuullisen hyvin, mutta jossain kysymyksissä olisin itse tutkijana halunnut kirjoittaa kysymyskohtaisia prompteja analyysin tueksi.
- Tekoälymoderointi tuntui lopulta olevan tässä tutkimuksessa merkittävin hyöty, jota tekoälystä oli.
 - Se on reaaliaikaista ja esittää jatkokysymykset osallistujille nopeassa syklissä vastaamisen jälkeen. Parhaillaan siis vielä silloin, kun osallistuja on kirjautuneena alustalle.
 - Tutkija ehtii alustalle tyypillisesti kerran tai pari päivässä ja kaikki jatkokysymykset tulevat useita tunteja tai jopa päiviä alkuperäisen vastauksen jälkeen.
 - Tekoälymoderointia pääsi myös itse säätämään: sekä aktiivisuuteen että kysymysten validointiin pystyi vaikuttamaan.
- Tekoäly tässä projektissa ja tässä muodossa ei tuottanut juurikaan suoraan raporttiin sopivaa analyysiä.
 - Vaikka alusta mahdollistikin kirjoitetun tekoälyanalyysin tarkemman tarkastelun, tuntui analyysi silti jäävät aika ylätasolle.
 - Syvällisempi analyysi vaati vielä tutkijan työtä.
- Suurin ilo tekoälystä tässä analyysissä olikin tukimateriaalina toimiminen
 - BARI-analyysi tiivistä vastaukset nopeasti lyhyeksi referaatiksi, joka sitoi tiettyjä ilmiöitä tutkimuksen teemoihin. Tämä alleviivasi näitä teemoja, jotka eivät vastauksista nousseet niin suoraan ilmi.
 - BARI-analyysi myös ryhmitteli vastauksia kätevästi ja helpotti niiden hahmottamista.
 - Tunnetilanalyysiä tai tagitystä en lopulta käyttänyt lainkaan. Kyse on varmasti henkilökohtaisista toimintatavoista, materiaalin laajuudesta ja tutkimuksen luonteesta.

Tekoäly analyysin apuna – tagit ja tunnetilat



Muutamia oppeja ja huomioita tekoälystä

The screenshot shows a conversation on a social media platform. At the top, there are options for 'Reply' and 'Tag'. The first message is from 'BARI Moderator' (BA) and is highlighted with a green border. It contains the text: 'Hei Friidu! Kiitos vastauksestasi. Voisitko kertoa vielä hieman yksityiskohtaisemmin ajatuksiasi siitä, miten potentiaalisten kohdeyleisöjen perustaltakoitu mainonta voisi vaikuttaa Digilehtien kokemukseen parempaan suuntaan?'. The phrase 'perustaltakoitu' is highlighted with a red box. The second message is from 'Friidu[241022]' (FR) and contains the text: 'Ei kai se sen yksinkertaisempi asia voi olla, jos mainoksessa mainostetaan jotakin mitä itse tarvii tai pitää tärkeänä, ei mainos enää niin ärsytä, eikö? Ja kun mainokset ei ärsytä, niin ei kai se Digilehden lukemis kokemustakaan voi saada huonompaan suuntaan? Totta kai se on sitten ihmisiä kahtia jakava ajatus, halutaanko että esim. digilehtiä hallinoivat ihmiset tietää mitä esim harrastan, missä matkustan, jne...'. Below the text are several tags: 'ärsyttävä', 'ilmoitus', 'digilehti', 'idea', 'ihmiset', 'yksinkertainen', 'huonompi', 'digitaalinen', 'mainoksia', and 'kokea'. At the bottom, there are options for 'Reply', 'Tag', and 'See all (14)'.

- Suomenkieli ei ole aina helppoa

Muutamia oppeja ja huomioita tekoälystä



- Tekoälyn tulkinta ei aina osu oikeaan, riskinä ns. hallusinaatiot

Muutamia oppeja ja huomioita tekoälystä

What they said...

Useat vastaajat mainitsevat, että kotimaisessa mediassa mainonta vaikuttaa luotettavammalta kuin ulkomaisessa tai sosiaalisessa mediassa. Luotetaan enemmän tunnettuihin suomalaisiin mediasivustoihin ja niiden mainoksiin.

... and why!

Tässä vastaustyyppissä vastaajat luottavat enemmän kotimaiseen mediaan ja sen mainoksiin. Tämä voi johtua siitä, että vastaajat kokevat suomalaiset mediasivustot ja niiden mainokset luotettavammiksi kuin ulkomaiset tai sosiaalisen median mainokset. Yhteiskuntamme arvostaa yleensä tuttua turvallista ja kotimaista enemmän kuin vierasta tai epämääräistä. Myös mediakasvatus ja kuluttajien kokemukset voivat vaikuttaa tähän asenteeseen. Suomalaiset mediasivustot voivat myös panostaa maineensa säilyttämiseen ja heille voi olla tärkeää välittää luotettava imago mainostajilleen.

- Tekoäly voi viedä analyysin pidemmälle kuin mikä tuntuu tutkijasta luotettavalta.
- Raportissa voi toki johtopäätöksissä pohtia syitä löydöksille, mutta lähtökohtaisesti kaiken analyysin tulisi perustua tutkimusaineistoon.
- Vaatii tutkijalta erityistä tarkkuutta ymmärtää, mikä osa analyysistä perustuu vain tutkimusaineistoon ja missä käytetään myös muuta ymmärrystä.

Johtopäätöksiä tekoälystä kvalitatiivisessa tutkimuksessa

- Ehdottoman kiinnostava kokeilu ja Discuss-alusta tulee varmasti jatkossakin olemaan käytössä.
- Tekoälymoderoinnin hyödyt ovat kiistattomat.
- Alustan eri toiminnallisuuksista voisi ottaa erilaisissa projekteissa enemmän hyötyä irti.
- Analyysissä referointi on kiinnostava apu.

- Mutta syvälliseen analyysiin ja oikeisiin johtopäätöksiin pääseminen vaatii vielä ihmistyötä.

Tulokset

”Tehtävä herätti miettimään omaa mediankäyttöä ja digilehtien roolia siinä.

Ensimmäinen havainto oli se, että **uutisten seuraaminen on nyt itselläni siirtynyt kokonaan digiin** ja applikaatioihin. Se on **nopeaa ja helppoa**, joskin sisältöjen kuluttaminen on muuttunut **pinnallisemmaksi**. Toisaalta uutisia voi lueskella vaikka ratikassa, jos on pari minuuttia aikaa.

Toinen havainto oli, että **aikakauslehtien paikan on elämässäni ottanut some**. Siinä missä ennen viihdettä tarjosivat naistenlehdet, nyt selailen feediä kännykästä. Poikkeuksen tekevät muutamat asia- ja harraste- aikakauslehdet, joista haluan lukea pitkiä asiajuttuja nimenomaan **paperisena**. Se mahdollistaa **paremman syventymisen**.”

Nainen, 45-v.

Digin ja printin suhde ei ole suoraviivainen

Tutkimuksen datasta nousee selvästi esiin digin ja printin suhde.

Tätä käsiteltiin yhteisössä monen eri aihealueen yhteydessä ja se nousi vastauksiin spontaanisti myös monissa kohdissa.

Tämä jako leimaa monia ajatuksia ja siksi se käsitellään raportissa ihan ensimmäisenä.

Tuloksia luettaessa on tärkeää pitää mielessä, että nämä ovat tämän tutkimuksen tuloksia ja näiden vastaajien näkemyksiä.

Mutta ovatko väittämät objektiivisesti totta?

Olisiko täällä paikka vaikuttaa?

Digitaalisuus mahdollistaa reaaliaikaisuuden, räätälöitävyyden, tiedon hakemisen ja jakamisen ja sen käyttäminen on helppoa ja edullista

Reaaliaikaisuus ja ajankohtaisuus

- Tieto päivittyy koko ajan ja se on ajan tasalla
- Älylaitteet kulkevat mukana ja niitä pystyy käyttämään missä vain, milloin vain

Räätälöitävyys

- Omia lähteitä pystyy muokkaamaan niin, että ne tarjoavat itselle kiinnostavaa sisältöä ja näyttävät siltä, mistä itse pitää
- Algoritmit tunnistavat käyttötavat ja tuottavat kiinnostavia sisältökokonaisuuksia

Tiedon hakeminen ja jakaminen

- Tietoa on helppo hakea lisää, kun jokin aihe kiinnostaa enemmän
- Tietoa on helppo jakaa eteenpäin linkkeinä erilaisissa kanavissa
- Monipuolisia materiaaleja löytyy pienellä vaivalla

Helppo käyttökokemus

- Laitteita on helppo käyttää
- Sisällöt ovat intuitiivisesti rakennettuja
- Käyttäminen julkisesti yksityisempää kuin printtimedian

Edullisuus

- Sisältöjä on tarjolla ilmaiseksi
- Tilaukset ovat edullisempia kuin printin tilaukset

Digitaalinen mediankäyttö on ekologista

- Siitä ei synny jätettä

Printti tukee keskittymistä sekä laajaa tiedonvälitystä ja siihen liittyy voimakas positiivinen tunnelataus

Keskittyminen

- Printtimateriaalien lukemiseen on huomattavasti helpompi keskittyä kuin digimateriaalien kanssa
- Käsillä on vain yksi kanava tai väline, ei useita
- Luettu jää paremmin muistiin ja toimii esim. oppimisen lähteenä erinomaisesti

Laaja tiedonvälitys

- Printti ei räätälöidy lukijansa kiinnostuksen kohteiden mukaisesti vaan tarjoaa kaikille käyttäjille saman sisällön
- Omaan kuplaan ei voi uppoutua vaan joutuu myös ei niin kiinnostavien sisältöjen kanssa tekemiseen

Positiivinen tunnelataus

- Printtiä kuvaillaan nostalgiseksi ja perinteiseksi positiivisen kautta
- Se luo rauhallisemman kokemuksen ja sitä kuvataan niin arjen luksukseksi kuin ”kunnon ihmisen hommaksi”, josta jää käyttäjälleen hyvä ja positiivinen tunne
- Paperilta lukemiseen liittyy omanlaisensa fiilis

Säilyy pidempään

- Printtimateriaalit säilyvät pidempään ja niihin on helpompi palata
- Kiinnostavimmat sisällöt löytyvät helpommin

Digitaalisuus vaikeuttaa keskittymistä, aiheuttaa yhteiskunnallista jakautumista ja luo riippuvuutta älylaitteisiin

Keskittymisen vaikeutuminen

- Digilähteisiin on vaikea keskittyä
- Samaan aikaan yhdeltä laitteelta on auki useita erilaisia medioita ja kanavia, jotka lähettävät erilaisia notifikaatteja ja viestejä
- Sisältöjen läpikäyminen on silmäilyä, kursoorista ja nopeaa ja niissä suositaan lyhyttä ja tiivistä muotoa, joka ei jätä tilaa omalle ajattelulle
- Oppiminen on vaikeaa tai lähes mahdotonta

Yhteiskunnallinen jakautuminen

- Algoritmit ja mahdollisuus räätälöidä media-alustat johtaa siihen, että käyttäjä ei enää kohtaa muuta kuin omaa maailman kuvaansa tukevaa sisältöä
- Tämä johtaa ”kuplautumiseen” ja yhteiskunnallisesti voimakkaaseen jakautumiseen

Riippuvuus älylaitteisiin

- Mitä enemmän mediasisältöä käytetään digilaitteiden kautta, sitä suurempi riippuvuus älylaitteisiin syntyy

Silmille raskas

- Digilaitteet ovat silmille raskaita, sinivalo

Printti on vanhanaikainen ja hidas, ekologisesti kestämätön ja huonosti saatavilla

Vanhanaikainen ja hidas

- Toimii samalla mallilla kuin satoja vuosia
- Tarjoaa sisältöä, jonka on saanut muista medioista ja lähteistä jo useita tunteja aiemmin, uutislähteenä kankea

Ekologisesti kestämätön

- Tuottaa paperiroskaa ja jätettä
- Logistiikka vaatii kulutusta

Huonosti saatavilla

- Tiedonlähteelle pääseminen edellyttää fyysistä saatavuutta

"Digisanomalehti kulkee aina mukana, eikä sitä tarvitse käydä erikseen kaupasta ostamassa. Tosin jos jossain on tarjolla paperilehti niin luen sen mielelläni. Paperilehdessä on myös helppo siirtyä takaisin jo luettuun artikkeliin, kun taas digilehdessä mielenkiintoinen juttu saattaa olla monen sivun ja "tökkäyksen" takana. Paperilehti pysyy samanlaisena eikä muutu sivua vaihtamalla, jos ymmärrät mitä tarkoitan."

Nainen, 37-v.

"Digitaalinen versio on helppo ja nopea. En ole digiversiosta kuitenkaan valmis maksamaan. Paperisesta voin maksaa, varsinkin aikakauslehdistä. Aikakauslehteä ei itselläni digi tule korvaamaan. Paperinen on juhlava ja herrasmiesmäinen, digi on arkinen ja jotenkin epäilyttävä."

Mies, 54-v.

"Pidän paperisesta sanomalehdestä, koska sen lukeminen rauhoittaa ja pitää (ainakin minut) enemmän tässä hetkessä. Paperista sanomalehteä lukiessa on jotenkin kiireettömämpi olo. Valitsen paperisen sanomalehden aina, jos sellainen on tarjolla."

Nainen, 32-v.

Lukeminen kaiken kaikkiaan on muuttunut

- Lukemisen määrä ei ole välttämättä vähentynyt, mutta se on muuttanut muotoaan ja lähteet ovat muuttuneet.
 - Paperilta ja kirjoista ruudulle, kännykälle ja someen.
 - Äänikirjat myös kasvattaneet rooliaan.
- Vastauksia ohjaa kiireisyys ja ajan puute.
 - Tartutaan niihin tapoihin, jotka ovat nopeinten ja helpoiten saavutettavissa.

”Paperilta lukeminen olisi edelleenkin mukavampaa, mutta se tuntuu vähän vaivalloiselta nykyaikana (esim. sanomalehden lukeminen aamuisin paperilta vaatisi ulos postilaatikolle lähtöä). Digilukeminen laajentaa saatavilla olevien tekstien määrää – voin esim. aamupalan aikana lukea sekä Iltalehteä että Hesaria sen sijaan, että lukisin vain paperi-Hesaria.”

Nainen, 33-v.

” Huomaan, että viihde-aikakauslehtien roolin on arjessani syrjäyttänyt some: Joskus muinoin saatoin vielä käpertyä sohvanurkkaan MeNaisten kanssa. Nyt selailen siellä Instagramin feediä, ja se täyttää saman tarpeen.”

Nainen, 45-v.

Internetin kaikkietävyyteen vielä uskoa

Kun tarkastellaan maksullisia sisältöjä ja maksuhalukkuutta, löytyy vastaajista selvästi ryhmä, joka ajattelee kaiken tarvittavan sisällön löytyvän verkosta ilmaiseksi hiukan etsimällä ja vaivaa näkemällä.

Tällä on vaikutusta ensisijaisesti maksuhalukkuuteen, mutta on myös kiinnostavaa tiedonvälityksen näkökulmasta. Kenen tehtävä on toimia portinvartijana ja kuraattorina, jos yksilö voi hallinnoida tietoa itse?

“En käytä muita maksullisia lehtien sisältöjä ja en aio jatkossakaan käyttää mitään maksuja yksittäisiin artikkeleihin. Jos asia on kiinnostava, voin etsiä tietoa muista lähteistä.”
Mies, 66-v.

“Verkko on täynnä artikkeleita ja juttuja aivan ilmaiseksi. En näe syytä maksaa tästä.”
Mies, 40-v.

“Kaikki sisältö on saatavilla jossain vastaavassa muodossa, olkoon sitten vaikka englanniksi, netissä.”
Mies, 40-v.

Haasteita mediakentässä

Osallistujat tunnistivat ja nimesivät suomalaisten median käyttö- ja kulutustavoissa haasteita.

Viihteellistyminen ja klikkiostikot

"Ihmiset tuntuvat kuluttavan lähinnä viihdettä. Ei siinä ole mitään pahaa. Tuntuu vaan että yleissivistys laskee."

Median liiallinen kulutus

"Se on koukuttavaa, ja vie aikaa oikealta tekemiseltä."

Keskittymiskyvyn lasku

"Lukeminen ja keskittymiskyky kokonaisvaltaiseen lukukokemukseen kokee mielestäni romahduksen erityisesti TikTokin kaltaisten sovellusten takia."

Kuplautuminen

"Uutisia luetaan sosiaalisen median kautta, jolloin omat tykkäykset vaikuttavat siihen, mitä uutisia tulee esiin, mistä seuraa puolestaan yksipuolinen kuva uutisvirrasta."

Huijaukset ja deep-fake

"Myös huijaukset lisääntyvät, joten joutuu olemaan tarkkana myös sen suhteen, mistä uutisia lukee ja millaisia linkkejä availee."

Luotettavuus ja disinformaatio

"Nopea reagointi väärään tietoon muilta medioilta ja valtiolta."

Lähdekritiikin heikkeneminen

"Ihmisten oma lähdekritiikki pitää olla kunnossa, pitää osata ajatella ja pohtia joitain uutisia myös skeptisesti."

Medialukutaidon heikkeneminen

"Kaikki uutiset ja artikkelit luetaan absoluuttisena faktana tai sitten ihmiset lukevat pelkkä klikkiostikot ja jakavat niitä otsikkoja faktana eteenpäin lukematta koko tekstikokonaisuutta."

Tarjonta ja tarjoajan vastuu

"Tiettyjen uutismedioiden kuplaantuminen omaan agendaan ja väärätiedon levittämisen helppous ilman vastuuta."

Kaupallisuus ja rahan valta

"Raha näyttää olevan kaiken mittari."

Uutinen ja lehdet ylätasolla

Uutisen määritelmä

Yhtenäistä määritelmille:

Uutinen on **faktaan** perustuva tieto, joka

- jaetaan **mediassa**
- kertoo jostain **uudesta, nyt** tapahtuvasta tai muuten **ajankohtaisesta** aiheesta
- Joka on monia **koskettava** tai **kiinnostusta** herättävä
- Joka esitetään **puolueettomasti** tai **neutraalisti**

Uutinen määritelmänsä ja ajankohtaisuutensa puolesta sopii hyvin digipuolelle.

Uutisten aiheista ei olla yhtä mieltä:

- Osalle kaikki aiheet, jotka sopivat yllä olevaan määritelmään ovat uutisia.
- Toisille taas kevyemmät aiheet kuten julkkikset jäävät uutismääritelmän ulkopuolelle.

Uutisia seurataan digipuolella perinteisten lähteiden lisäksi myös sosiaalisesta mediasta

- Uutiskanaviksi digipuolella nimetään lähes kaikki mahdolliset kanavat:
 - Sanomalehdet, televisio, radio ja niiden erilaiset digiversiot, sosiaalinen media, ystävät ja sukulaiset sosiaalisessa mediassa, podcastit, sähköposti ja työpaikan intranet
 - Toisaalta merkittävimmän huomion yhä saa perinteiset uutisten lähteet kuten sanomalehtien ja tv-kanavien digikanavat.
 - Vanhemmat ikäryhmät selvästi väheksyvät sosiaalisen median roolia uutisten välittäjänä:

”Seuraan sosiaalista mediaa joka vuosi vähemmän ja vähemmän. Pidän sitä lapsellisena muotona enkä luota siihen ja sen toimintamuotoihin.”

Mies, 66-v.

- Välineistä merkittävimmäksi nousee luonnollisesti älypuhelin, jota kautta päästään kiinni oikeastaan kaikkiin yllämainittuihin digilähteisiin.
 - Uutiskäytössä on myös ei-digilähteet kuten paperiset sanomalehdet ja lineaarinen TV, mutta enemmänkin ne esiintyvät tässä tutkimuksessa yksittäisinä lähteinä monien joukossa, josta suurin osa on digilähteitä.

Miksi uutisia seurataan?

Uutisia seurataan ensisijaisesti:

- Jotta pysytään kiinni **ajankohtaisissa** maailman, Suomen ja paikkakunnan tapahtumissa
- **Yleissivistyksen** ylläpitämisen vuoksi
- **Syvällisemmän** ymmärryksen saamiseksi maailmasta
- **Puolueettomista, luotettavista** lähteistä

Miten uutiset suhtautuvat muuhun median käyttöön?

- Vaihtelee kohderyhmässä: Suurin osa – hyvin pieni osa
- Kilpailee sosiaalisen median sisältöjen kanssa

Muita syitä:

- Niiden asioiden seuraaminen, jotka koskettavat juuri minua
 - Esim. lakkojen aiheuttama bensapula tai yrittäjällä talousuutiset
- Omien kiinnostuksen kohteiden seuraaminen
 - Esim. tekniikka, tiede, lääketiede, pelaaminen
- Viihde ja ajankuluttaminen
- Keskustelun mahdollistaminen, tietää samat aiheet kuin muutkin
- Tapa ja rutiini
- Varautuminen tulevaisuuteen

Miksi ei seurata:

- Aiheuttavat ahdistusta
 - Suuret tapahtumat kuten korona tai sota Ukrainassa
 - Yksittäiset kamalat uutiset kuten perhesurmat
- Maksumuurit
- Aiheet eivät kiinnosta
- Kaikki uutiset tuntuvat käsittelevän vain yhtä aihetta, joka ei juurikaan päivity

Lehtien pariin ohjaa hyvin samantyyppiset syyt kuin uutisten

- Kun keskustellaan syistä lukea tai kuluttaa lehtiä, ovat syyt samoja kuin edellisen sivun syyt seurata uutisia.
- Tosin tietyt näkemykset korostuvat enemmän:
 - Omat kiinnostuksen kohteet ja niiden seuraaminen. Ja tässä erityisesti aikakauslehdet.
 - Rutiinit ja tavat.
 - Jopa lapsuuden kodista opittuina.

”Lehtien lukeminen on tapa, joka on ollut olemassa koko aikuisiän ja kyllä jo nuorenaikin tuli luettua lehtiä, joita kotiin tilattiin. Aamutee/aamukahvi ilman lehteä on aika mahdoton ajatus. Sillä yhdistelmällä päivä lähtee käyntiin ja liikkeelle.”

Nainen, 60-v

- Uuden oppiminen.
- Lehdestä nauttiminen, sen parissa rentoutuminen, viihtyminen ja oman ajan ottaminen.

”Lehtien lukeminen on mukavaa ajankulua. Se sivistää, informoi ja viihdyttää. Lehtien lukeminen voi myös yhdistää, luen välillä lasten tai puolison kanssa yhdessä ja samalla jutellaan aiheesta.”

Mies, 47-v.

Miksi lehtiä ei haluta lukea?

- Ei löydy itselle kiinnostavaa sisältöä tai lehteä, joka käsittelisi aiheita riittävän kiinnostavasti.
- Lehtien laatua arvostellaan.
- Lehdistä ei haluta tai voida maksaa.

Lehdet herättävät tunteita laidasta laitaan

Aikakauslehdet ja viihteellisemmät sisällöt

Sarjakuvat, viihteellisempi sisältö, sosiaalisessa kanssakäymisessä

Keskittyminen itselle mieluisiin aiheisiin, paperilehden lukeminen ja konkreettinen kokemus

**Ilo,
hauskuus**

**Mielihyvä,
rentous**

Viihtyminen

Myös tylsyyden rikkominen sekä pelkojen hallinta ja tulevaisuuden ennakointi

**Ahdistus,
suru,
sääli**

**Huoli,
pelko,
myötätunto**

Suuremmat ajan ilmiöt ja ajankohtaiset tapahtumat

Syitä vältellä uutisia ja lehtien lukemista

Sanomalehdet ja uutisisällöt

Sodat, pandemia, perhesurmat, väkivalta

Digilehtien lukemisen tavat

DAGMAR



Kuva: [Unsolash](#) / [Patrick Tomasso](#)

**Digilehtien lukeminen on
silmäilevää, nopeaa, kursorista.**

**Otsikolla merkittävä rooli, mutta
mitä jää mieleen?**

”Luulin kyllä että luen enemmänki uutisia, mutta se taitaakin keskittyä
otsikoiden lukemiseen.”

Nainen, 33-v.

Tekstiä, tekstiä, tekstiä

- Tämän tutkimuksen kohderyhmä hakee digilehdistä erityisesti tekstiä ja tekstipohjaista sisältöä.
- Tilanteet, joissa digilehtiä käytetään ei useinkaan mahdollista videota tai erityisesti ääntä.
 - Lukemista pidetään myös nopeampana ja se mahdollistaa niin silmäilyn kuin mainosten yli hyppimisen.
 - Videoita kommentoidaan erityisesti siten, että äänet ovat hankalat, usein volyyymi puhelimesta pielessä, niitä edeltää pitkä liuta mainoksia, jotka on pakko katsoa, varsinaista informaatiota videoilla on vähän ja ne tuntuvat aikaa vieviä suhteessa hyötyyn.
- Puhelimita ja muilta älylaitteilta käytetään silti myös liikkuvaa kuvaa ja ääntä, mutta niitä erottaa käyttötilanteet ja valmistautuminen. Ne eivät liity digilehtiin.
 - Sosiaalisen median kuten TikTokin, YouTuben tai Instagramin Reelsien katsomiseen tai podcastien kuuntelemiseen varaudutaan eri tavalla → tilanne suunnitellaan niin, että se mahdollistaa äänteen kuuntelemisen, aika varataan se, mitä ko. media vaatii.
 - Videoilta ja liikkuvalla kuvalla toivotaan myös joustavuutta esim. tekstityksen muodossa, jotta seuraaminen ilman ääniä onnistuu.
 - Muiden muotojen kuin tekstin käyttämisestä lehdissä toivotaan perustelua. Hyödynnetään niitä älykkäästi, silloin kun niille on jokin erityinen peruste tai niistä on hyötyä.

”Lisäksi en pidä siitä, miten välillä uutissisältö tarjoaa asian vierestä videoita artikkelin oheen, mutta ehkä näistä joku pitää.”

Nainen, 35-v.

”Sinänsä jännä, että vaikka tykkään katsoa videoita YouTubesta, niin videosisältöjen katsominen sanoma- tai aikakauslehdistä ei niin kiinnosta.”

Mies, 40-v.

Digilehtien lukeminen arkipäivässä



Aamulla ennen työpäivää

- Nopea läpikäynti siitä, mitä mediasta nousee.
- Ei keskitytä, silmäillään.
- Työmatkalla, julkisessa liikenteessä, aamupalapöydässä, aamutoimia tehdessä.



Päivän aikana

1. Samalla kun pidetään taukoa, lounastetaan, matkalla kotiin töistä jne.,
 - Silmäilevää, kursoorista, tehdään samalla jotain muuta.

TAI

2. Haetaan jotain ihan tiettyä sisältöä esim. työhön liittyen, keskitytään paremmin.



Illalla

- Aikaa enemmän esim. ennen nukkumaan menoa tai kun odotetaan lasta harrastuksista.
- Saatetaan keskittyä paremmin, jos ei ole muuta tekemistä samaan aikaan.
- Mahdollisuus omaan aikaan ja rentoutumiseen.

Vapaapäivinä olisi aikaa keskittyä

- Osa yhteisön osallistujista kuvasi arjen ja vapaan digilehtien käyttöä hyvin samankaltaisesti.
- Mutta mukana oli selkeä ryhmä, joilla näkyi selvästi se, että vapaapäivinä on enemmän aikaa keskittyä ja se hyödynnetään.

1

Joko lukemalla artikkeleita keskittyneemmin ja syvällisemmin

”Juttu oli hyvin ja puolueettomasti kirjoitettu ja selitti ilmiötä, jonka uskon kasvavan Suomessa, kun moni asia muuttuu yksityisen palvelun tarjoamaksi, kuten vaikkapa maksullinen koulutus ja tässä tapauksessa tällaisen koulutuksen laatuksien arviointi. Luin jutun kokonaan ja keskeytyksettä.”

Nainen, 35-v

2

Tai johonkin ihan muuhun

”Päivä meni suurelta osin seurustellessa ja lukeminen jäi taka-alalle.”

Mies, 47-v.

”Tehtävän myötä huomasi että arkena tulee luettua enemmän digisisältöä. Viikolla sitä nappaa helpommin kännykän käteen pienimmässäkin välissä ja selaa hetken otsikoita. Ehkä sitä vapaalla jaksaa keskittyä paremmin olemaan läsnä eikä aina karkaa netin ihmeelliseen maailmaan.”

Mies, 47-v.



Digitaalisista sanomalehdistä tarkemmin

Miten digisanomalehtiä käytetään?

What they said...

Vastaajat lukevat digisanomalehtiä pääasiassa verkkosivuilta tai mobiilisovelluksista. Valinta perustuu helppouteen ja käytettävyyteen eri laitteilla.

... and why!

Vastaajat käyttävät digisanomalehtien lukemiseen pääasiassa verkkosivuja ja mobiilisovelluksia, koska ne tarjoavat helpon pääsyn uutissisältöihin. Näiden kanavien avulla lehtiä voi lukea eri laitteilla, kuten puhelimilla ja tietokoneilla.

What they said...

Eniten digisanomalehtiä luetaan älypuhelimella, mutta myös tietokonetta käytetään. Valinta perustuu laitteen kätevään kokoiseen ja kuljetettavuuteen.

... and why!

Vastaajilla on taipumus lukea digisanomalehtiä älypuhelimella, koska se on helppokäyttöinen ja aina mukana. Kuitenkin joillakin vastaajilla on tapana lukea lehtiä myös tietokoneella, mikä voi johtua näytön koosta ja paremmasta lukukokemuksesta.

What they said...

Digisanomalehtiä luetaan usein aamuisin ja iltaisin sekä taukojen aikana. Tekstimuoto on suosituin, mutta myös kuvia ja videoita kulutetaan satunnaisesti.

... and why!

Vastaajat näyttävät lukevan digisanomalehtiä useimmiten aamuisin ja iltaisin sekä taukojen aikana. Tämä saattaa liittyä lukemisen tarkoituksiin, kuten päivittäiseen uutispäivitykseen tai ajanvietteeseen. Tekstimuoto on yleisin tapa kuluttaa sisältöä, mutta vastaajat katsovat myös ajoittain kuvia ja videoita, jotka saattavat tarjota visuaalista mielenkiintoa tai monipuolistaa uutissisältöä.

Tekoälyn tuottama analyysi

Miten digisanomalehtiä käytetään?

What they said...

Vastaajat lukevat digisanomalehtiä pääasiassa verkkosivuilta tai mobiilisovelluksista. Valinta perustuu helppouteen ja käytettävyyteen eri laitteilla.

... and why!

Vastaajat käyttävät digisanomalehtien lukemiseen pääasiassa verkkosivuja ja mobiilisovelluksia, koska ne tarjoavat helpon tavan saada tietoa. Näiden eri laitteiden käyttöä edistävät tietokoneiden ja älypuhelimien laajalukuisuus ja helppokäyttöisyys.

- Digisanomalehtiin päädytään
 - Suoraan applikaatioon tai verkkosivulle
 - Somen kautta
 - Ystävien lähettämistä linkeistä
 - Uutiskirjeistä
 - Puhelimen ilmoituksista

What they said...

Eniten digisanomalehtiä luetaan älypuhelimella, mutta myös tietokonetta käytetään. Valinta perustuu laitteen kätevään kokoiseen ja kuljetettavuuteen.

... and why!

Vastaajilla on taipumus lukea digisanomalehtiä älypuhelimella, koska se on helppokäyttöinen ja aina mukana. Kuitenkin joillakin vastaajilla on edelleen tietokoneita käytössä.

What they said...

Digisanomalehtiä luetaan usein aamuisin ja iltaisin sekä taukojen aikana. Tekstimuoto on suosituin, mutta myös kuvia ja videoita kulutetaan satunnaisesti.

... and why!

Vastaajat näyttävät lukevan digisanomalehtiä useimmiten aamuisin ja iltaisin sekä taukojen aikana. Tämä saattaa liittyä lukemisen tarkoituksiin, kuten päivittäiseen päivitykseen tai ajanvietteeseen. Tekstimuoto on yleisin tapa kuluttaa digisanomalehtiä, mutta vastaajat katsovat myös ajoittain kuvia ja videoita, jotka tarjoavat tarjota visuaalista mielenkiintoa tai monipuolista sisältöä.

Tekoälyn tuottama analyysi

Paperi vai digi sanomalehdessä?

- Paperin ja digin välinen suhde sanomalehdessä on hyvin samanlainen kuin muutenkin tässä raportissa kuvattu.
 - Sanomalehdessä vielä voimakkaammin korostuu se, että uutisia ja nimenomaan sanomalehtiä tulee luettua diginä enemmän kuin printtinä.
 - Päivittyvä ja ajassa kiinni
 - Aina mukana
 - Edullisempi
 - Ei jätettä
 - Siirtymä digilehtiin on saattanut jopa saada lukemaan sanomalehtiä, mitä ei ole printissä tehnyt!
-
- Toisaalta paperista sanomalehteä puolletaan:
 - lehdessä kokonaisuus, joka on jonkun toisen valitsema, tulee luettua myös sellaista, jota ei verkossa avaisi.
 - Keskittyy paremmin ja tarkemmin.
 - Liittyy voimakkaasti tapoihin, joista ei haluta päästää irti: aamun paperinen sanomalehti tai viikonlopun lehdet.

Näköislehdet ehkä vanhemman ikäryhmän käyttöliittymä

- Tässä tutkimuksessa näköislehden käyttö painottui enemmän vanhempaan kohderyhmään
 - Yhteisössä 56-70-vuotiaat korostuivat, mutta käyttöä oli toki muissakin ikäluokissa.
- Käyttöä tuntuu olevan erityisesti
 - Paikallisissa sanomalehdissä
 - Paikallislehti on staattisempi eikä päivity julkaisunsa jälkeen jatkuvasti.
 - Myös paikallislehden mainokset vaikuttivat olevan näköislehdessä kiinnostavampia kuin muissa digimuodoissa, ne ovat relevantimpia ja rauhallisemmassa muodossa.
 - Jonkin verran myös sellaisissa julkaisuissa, joissa visuaalisella esityksellä on suurempi merkitys.
 - Esim. HS:n kuukausiliite
- Näköislehti onkin käyttöliittymältään, logiikaltaan ja käyttötavaltaan lähimpänä paperilehteä.
 - Siirtymä on ollut helpoin ja sen kanssa voi toimia samalla tavalla kuin aina ennenkin, esim. aamukahvin kanssa.
- Perusteluna nimenomaan näköislehden tilaamiselle kerrottiin, että se on edullisempi kuin paperilehti.
- Näköislehteä luetaan padilta tai tietokoneelta.
 - Koska sujuva käyttö vaatii suuremman ruudun kuin kännykällä.
- Käytettävyydessä kuitenkin usein toivomisen varaa.
 - Vaikuttaisi siltä, että eri lehdillä on olisi parannettavaa näköislehden toiminnoissa.



Mistä pidetään?

Superajankohtaisuus

VIHDEUUTiset

Himos Winterfestin järjestäjälle sataa karmeita viestejä – Myöntää nyt suurimman virheensä

Tapahtumajärjestäjä Kim Riuttamäki myöntää iltalehdelle puutteet Winterfest -festivaalien järjestelyissä.



Sähköit katkesivat Mikael Gabrielin kaikkialla Himoksen Winterfestillä. LUKIJAN VIDEO

Anna Hojo
Maanantai 18.3.2024 klo 17:55

Jämsän Himoksella järjestettyä Winterfestiä on luonnehdittu katastrofifestivaaliksi. Sosiaalisessa mediassa valitusta on tullut niin peruista ja keskeytetystä keikoista, pettäneistä turvajärjestelyistä kuin kylmistä VIP-

Laajuus ja näkökulmat

FOREIGN AFFAIRS

How Putin's Pursuit of Power Has Hollowed Out the Country and Its People

By Andrew Rossen March 1, 2024



From March 15 to 17, Russia will hold a presidential election to elect Russian President Vladimir Putin's hold no power. There have been some very real doubts about the election, which will be held in a hall in the office. But the Kremlin has taken considerable steps to make

A Defense Option for Iran
America Needs a Single Policy for the Region
Jan 8, 2024

China Is Still Rising
Don't Underestimate the World's Second Biggest Economy
Michael R. Lind

The Trouble With 'The Global South'
What Do You Get Wrong About the Rest of the World?
April 2023

What the TikTok Ban Gets Wrong
Congress Should Enforce All Social Media Apps — Not Just Chinese Ones
April 2023

Monipuolisuus

KESKISUOMALAINEN Sovellukset Näköala Tilaus

Etusivu Uutimmat Luokitellut Kaikki Suomi SUOMI Uutissuomalainen Talous Kulttuuri Urheilu Terveystieteet Päätöksentekijä & mielipiteet Asiantuntijapalikka

Laikka ja tändri: Laikkaisten kunnostus Laikkaan menneistä rakennuksista – nyt pelon tuki kunnan ja sily-keskuksen toiminta

MAINOS | Tilaa Keskisuomalainen digi 6,90 €/kk ja ku juttuja rajattomasti.

Entinen elinkautisvanki iski miestä nullolla näähän ravin-




Selkeys

19.58 79%

Esitys: Pirkanmaan hyvinvointialue lakkauttaa 13 vanhusten hoitoyksikköä

Kuuntele juttu

Pirha kertoi suunnitelmistaan sulkea 13 vanhusten hoitoyksikköä Pirkanmaalla sekä lisätä yhteisöllisen asumisen määrää moninkerroin.



Pirha kertoi suunnitelmistaan tänään keskiviikkona. Kuva: Marjut Suomi / Yle

OSKARI RÄISÄNEN

Visuaalisuus

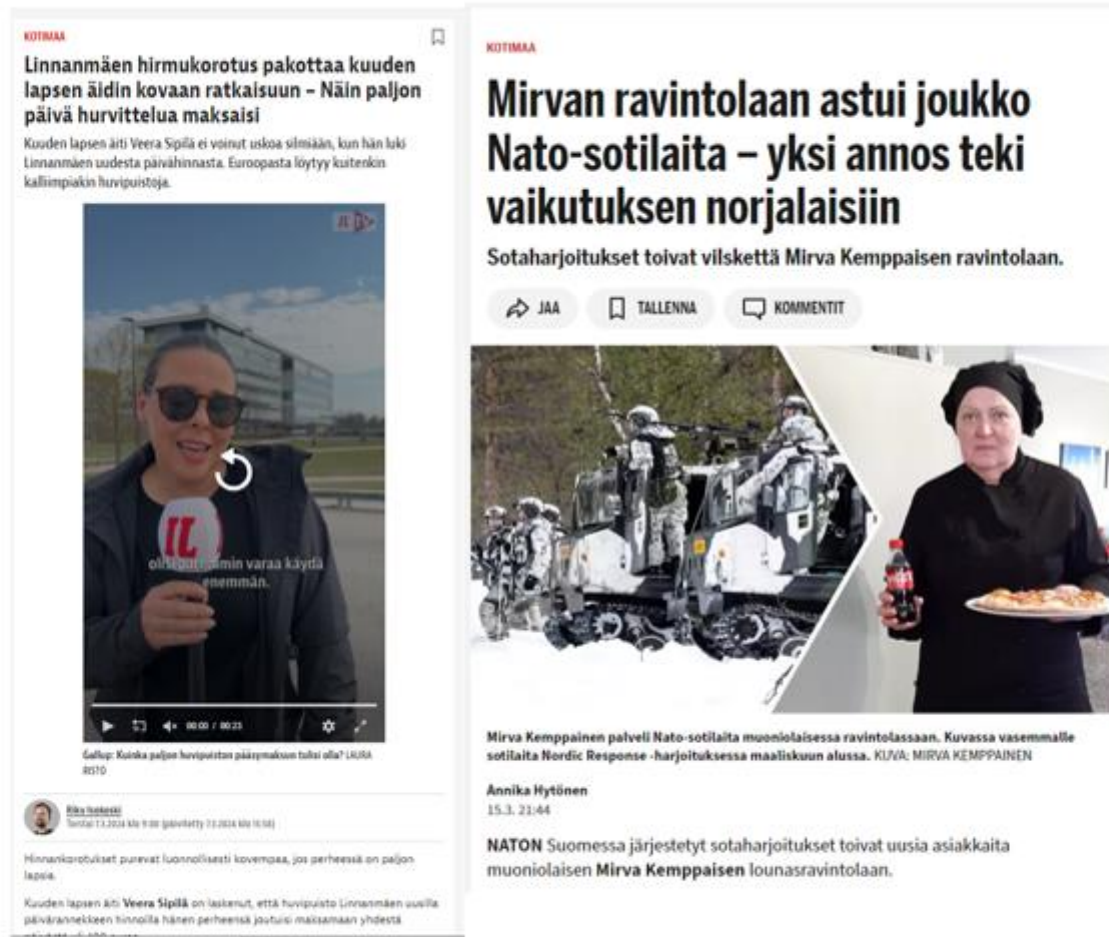


Mistä ei pidetä?

Mainokset



Klikkiotsikot ja juttujen sensaatiomaisuus



Graafisen toteutuksen sekavuus



Maksullisuus





Digisanomalehtien kehityksestä

Nykykehitystä kuvaillaan pääosin negatiivisesti:

- Enemmän mainoksia ja määrä tuntuu lisääntyvän.
- Klikkiotsikoita koko ajan enemmän, myös ns. asiallisissa lehdissä.

Kehitystä tulevaisuudessa nähdään onneksi kuitenkin myös positiivisen kautta, vaikka paljon epäilyjä ja pelkojakin löytyy.

Positiivista:

- Monimuotoisuus otettu kunnolla käyttöön: animaatiot, videot, audiot, grafiikat, virtuaalitodellisuus.
- Interaktiivisuutta enemmän, käyttäjät pääsevät myös ääneen.
- Personoitavuus, sisältö suunnattu juuri minulle.

Negatiivista:

- Mainoksia yhä enemmän ja häiritsevissä muodoissa.
- Kaikki sisältö on maksullista.
- Pelkkiä klikkiotsikoita.
- Rahan valta ja omistajan agendan ajaminen.

Tekoäly jakaa näkemyksiä

- On vaikea sanoa onko tekoäly hyvä vai huono asia.
- Nähdään kuitenkin, että sillä on tulevaisuudessa rooli sanomalehdissä ja se voi vaikuttaa niin sisällön tuottamiseen, analysointiin kuin jakeluun.

Digitaalisista aikakauslehdistä tarkemmin

Aikakauslehtiin haluttaisiin syventyä

- Aikakauslehtien sisällöt edellyttävät syventymistä ja keskittymistä.
 - Aikakauslehtiin yhdistetään enemmän rentoutuminen lehden parissa tai syvällisempi tiedon hankinta.
 - Näin ollen se myös yhdistetään voimakkaammin paperilehteen.
 - Digimuodossa vaikuttaisi siltä, että aikakauslehdet häviävät lukemiskokemuksessa enemmän kuin sanomalehdet.
 - Usea joka lukee digisanomalehtiä sujuvasti, saattaakin valita aikakauslehtien kanssa printin.
 - Aikakauslehdissä on myös sellaista sisältöä enemmän, jota halutaan säilyttää tai siihen halutaan palata, ja tämä nimenomaan halutaan tehdä paperilehden kanssa.
- Tyypillisesti digissä päädytään lukemaan vain yksittäisiä sisältöjä.
 - Tässä tutkimuksessa harvinaisempaa, että mentäisiin lukemaan kokonaisia digiaikakauslehtiä.

” Paperisen aikakauslehden kanssa tulee vietettyä selkeästi enemmän aikaa. Siihen tulee paneuduttua. Diginä luen usein vain yksittäisiä juttuja.”

Nainen, 63-v.

Tapoja päätyä digiaikakauslehden sisältöihin

1. Tietty lehti kiinnostaa;

- Valitsemalla aktiivisesti tietyn lehden verkkosivuston
- Kirjaston eMagz-palvelu

2. Tietty sisältö kiinnostaa:

- Etsimällä tiettyä sisältöä → tarkoituksen mukaista
- Törmäämällä kiinnostaviin otsikoihin somessa → sattuman varaista
 - Facebook erityisesti, myös Insta

• Reittejä

- Uutiskirjeistä
- Googlen kautta
- Keskustelupalstoilta
- Toisten lehtien sivuilta
- RSS-lukijan kautta
- Ampparit-palvelusta
- Digilehdet-sovelluksen kautta

Joskus reitit voivat hämätä

- Aikakauslehtien sisältöihin voi välillä päätyä yllättäen ja tämä voi tuntua hämäävältä.
 - Esimerkiksi ristiinlinkityksen vuoksi saman kustantamon toisesta lehdestä.
 - Tai osana somen käyttöä.
 - Tai Google-hauista.
- Toisaalta suurin osa osallistujista oli kuitenkin sitä mieltä, että tietävät kuitenkin tarkkaan, millä sivustolla ovat.
 - Tämä ei ole ongelma.

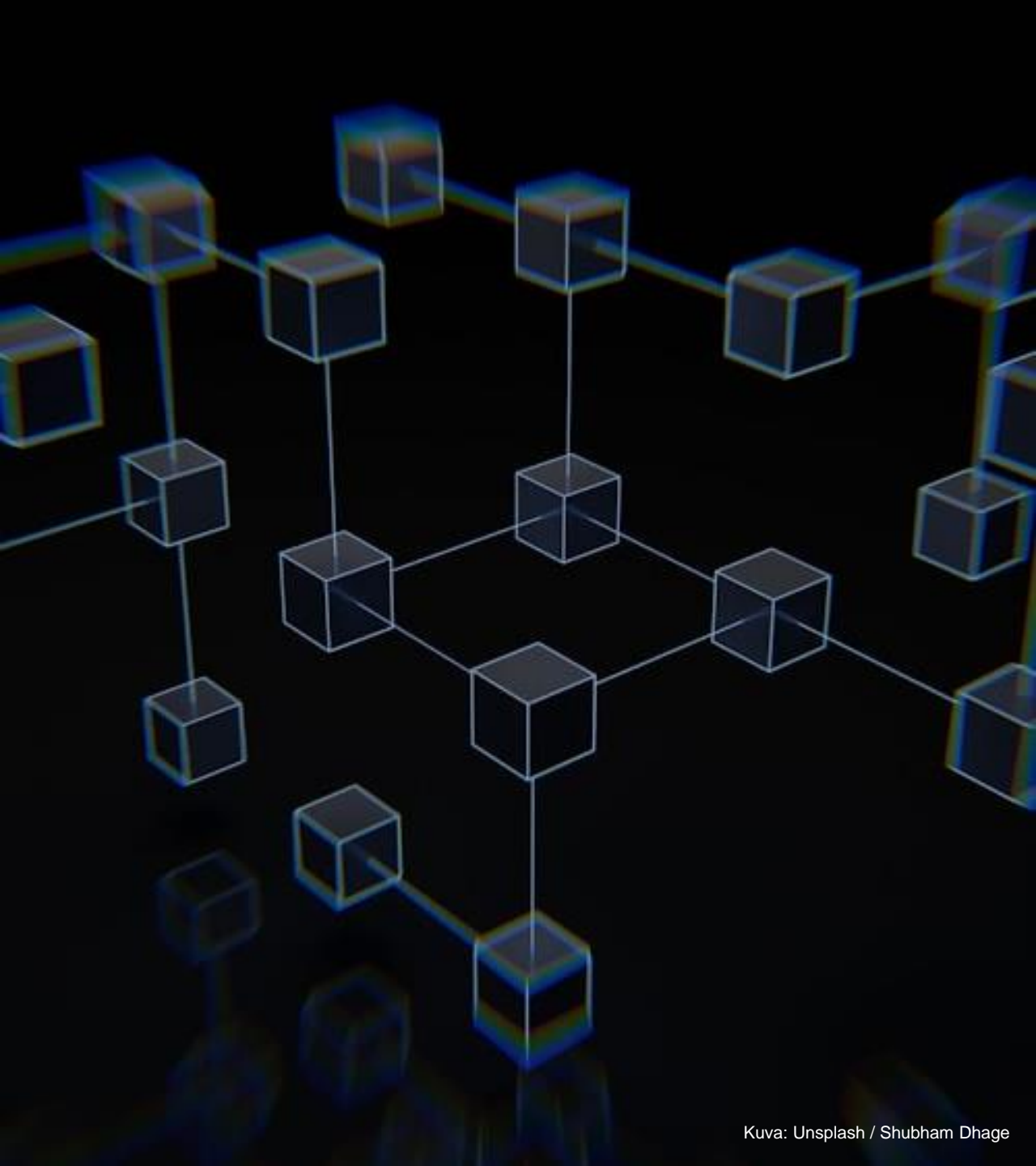
Digissä genrejen rajat hämärtyvät

- Kun osallistajat kuvailevat digilähteiden ja -lehtien lukemista ja vertailevat digin ja printin asemaa omissa tottumuksissaan, tulee selväksi, että totut genret eivät olekaan digipuolella itsestään selvät.

”Jäin miettimään myös, että mitkä oikeastaan ovat digi-aikakauslehtiä. Aika usein luen esim. Staran tai Eposodin viihdeuutisia, mutta onko niitä enää oikeastaan lehtinä olemassakaan, vai ovatko ne enemmän saitteja?”

Nainen 45-v.

- Median käyttötilanne rikkoo rajoja – onko kyse lehden lukemisesta? Uutisten kuluttamisesta? Vai sosiaalisen median käytöstä?
 - Sama sisältö saatetaan kuvailla kaikkiin kolmeen tilanteeseen riippuen sitä, mitä kautta sisältöön päädyttiin.
- Rajat uutismedioiden ja muiden medioiden välillä tuntuvat myös häilyviltä osallistujien mielessä.
 - Jos maailmantilannetta päivittää TikTokin kautta, eikö sekin silloin ole uutismedia?



Suhde maksullisuuteen ja mainontaan

Suhde maksullisuuteen on hankala

- Osallistujille ei ole mitenkään erityisen selvää, mistä digilehdissä maksetaan.
 - Miksi maksaa sellaisesta, minkä löytää muualta verkosta ilmaiseksi?
 - Mikä on se hyöty, jonka maksamalla saa?
 - Pitkälle vietyinä jopa mainintoja digilehtien maksullisuuden eriarvoistavuudesta.
- Mainontaankaan ei suhtauduta suoraviivaisesti.
 - Yleisempi näkemys tuntuisi olevan se, että mieluummin ilmaiset digilehdet mainoksilla, kuin pelkät maksulliset sisällöt.
 - Toisaalta sitten mainonnalle halutaan esittää paljon toiveita.
 - Eikä maksullisissa lehdissä sitten haluttaisi nähdä juurikaan mainoksia tai datan keräämistä.

Digilehtien tilaaminen

Syyt tilaamiselle tai tilaamatta jättämiselle ovat samoja riippumatta tilauksen tyypistä.

- Vastaajissa mukana niitä, jotka eivät tilaa mitään, tilaavat itse, ovat saaneet lahjaksi tilauksen tai voivat käyttää työpaikan tai oppilaitokset tilauksia.
- Mukana niin aikakauslehtien kuin sanomalehtien tilaajia, sellaisia jotka tilaavat printin ja digin, pelkän digin tilaajia, yhden lehden ja useamman lehden tilaajia.

Miksi tilaa?

- Samoja syitä, kuin sille, miksi ylipäänsä digitaalisuus on hyvä
 - Helppokäyttöinen ja kätevä, aina ajantasalla
 - Ei synny ylimääräistä jätettä
 - Edullisempi kuin printti - Perustilaus edullisempi tai saanut hyvän kampanjahinnan
- Pääsee käyttämään uusinta materiaalia ja kaikkea materiaalia
- Lehden mielikuvat ja brändi: Lehti laadukas ja palvelee omia tarpeita

Miksi ei tilaa?

- Ei halua maksaa digisisällöstä, koska uskoo, että kaiken tarvitsemansa löytää verkosta myös ilmaiseksi
- Ei ole varaa maksaa
- Ei ole aikaa tai kiinnostusta lukea lehtiä digi- tai printtimuodossa

Yksittäisistä sisällöistä maksaminen ei kiinnosta

- Lähtökohtaisesti ajatus yksittäisistä sisällöistä ei herätä kiinnostusta, suorastaan päinvastoin.
 - Ajatellaan, että ilmaiseksi löytää riittävän kiinnostavaa sisältöä.
 - Yhdestä artikkelista maksaminen tuntuu liian työläältä.
 - Kokemusta tällaisesta on vähän.
- Ehtoja maksamiselle:
 - Erittäin helppo käytettävyys.
 - Hyvät tiedot jo etukäteen, mitä maksamisella saa.
 - Todella kiinnostava aihe, josta voisi olla varma, että se koskettaa tai on hyödyllinen eikä sitä saa muualta ilmaiseksi.

Toiveita mainonnalle digilehdissä

- Sopii lehden sisältöön ja tyyliin.
 - Aiheeltaan kiinnostava.
 - Tyyliltään riittävän samanlainen, esim. huumori ei sovi jokaiselle sivustolla.
- Ei ole käytettävyysongelma tai käytön este.
 - Mainoksen tulee erottua varsinaisesta sisällöstä, mutta se ei saisi keskeyttää keskittymistä.
 - Ei saa vaikeuttaa varsinaisen sisällön käyttämistä.
 - Ei turhaa toistoa.
- Suunnattu lukijan tarpeisiin.
 - Yllättävän hyvin ymmärretään esim. evästeiden toimintaa.
 - Ajankohtaisesti, eli ei jälkijunassa vasta hankinnan jälkeen.
- Tunnistettavissa mainonnaksi.
 - Natiivimainonnan ongelma.

“Hyviä mainoksia on omasta mielestä ne jotka tavallaan liittyvät asiaan.”

Mies, 29-v.

DAGMAR



Metsälehti
POLKU OMAAN METSÄÄN



Näe puut metsältä.



KUUTIO.fi

Tutustu



Tyypittely suhteessa mainontaan

Positiiviset

- Suhtautuu mainoksiin positiivisimmin
- Seurailee aktiivisesti, klikkailee kiinnostavimpia
- Arvostaa jopa evästeitä, jotka ohjaavat mainontaa paremmin sopivampaan suuntaan

"Kohdennettu mainonta kiinnostaa minua. Eri kosmetiikka-, vaate- ja pelimainokset kiinnostavat erityisesti ja niitä usein näenkin eri nettisivuilla esim. facebook."
Nainen, 29-v.

Valikoivat

- Suhtautuu mainoksiin neutraalisti
- Kiinnostuu mainoksista, silloin, kun ne sopivat omiin kiinnostuksen kohteisiin
- Arvostaa erityisesti mainontaa, joka sopii lehden sisältöön ja tyyliin

"Saisi liittyä jotenkin lehden tai artikkelin ammattialueeseen. Eli tekniikkalehdistä odottaisi löytyvän siihen liittyviä mainoksia."
Mies, 34-v.

Mainossokeat

- Suhtautuu mainoksiin neutraalisti tai kielteisesti
- Ei huomaa, ei seuraa, ei kiinnitä huomiota mainoksiin

"Olen pääasiassa turtunut mainoksiin ja en kiinnitä huomiota niihin."
Mies, 30-v.

Negatiiviset

- Suhtautuu mainoksiin negatiivisesti ja voimakkaalla tunne reaktiolla
- Ärsyyntyy, raivostuu
- Ei ole kiinnostunut mainonnasta ja ärsyyntyy, jos se on käytön hidasteena

"Lähtökohtaisesti kaikki mainonta luetun tekstin seassa ärsyttää ja raivostuttaa."
Nainen, 42-v.

Mainonnan ja median luotettavuudesta

Sekä media että mainos vaikuttavat toistensa luotettavuuteen.

- Luotettavassa mediassa myös mainos vaikuttaa luotettavalta.
 - Ensisijainen luottamusta synnyttävä tekijä on kotimaisuus.
 - Myös median brändimielikuva vaikuttaa: suuret, vakavat mediat ovat luotettavampia kuin pienemmät ja viihteellisemmät.
 - Lehtien ajatellaan olevan luotettavampia kuin sosiaalisen median.
 - Isommissa lehdissä mainostaviin luotetaan enemmän, koska heillä on ollut varaa hankkia kalliimpaa mainostilaa.
- Vastaavasti epäluotettavan näköinen mainos voi laskea median luotettavuusmielikuvaa.

Toiveita kehitykselle



Toiveita ja näkökulmia kehitykselle

Osallistujat esittivät kehitystoiveita ja näkökulmia digilehdille niin kehitysfoorumissa kuin muissakin yhteisön kysymyksissä.

Merkittävin määrä toiveista liittyi klikkiotsikoihin, mainoksiin ja lehtien käytettävyyteen.

Otsikoihin panostaminen:

- Pois klikkiotsikoista ja harhaanjohtavuudesta

Mainoksia, jotka eivät häiritse väärällä tavalla

- Ei käyttöä estäviä tai hidastavia

Kiinnostavampia mainoksia

- Jotka osuvat juuri minulle

Videojuttujen erottuminen

- Mahdollisuus tunnistaa videosisällöt jo ennen otsikon klikkausta

Maksullisten juttujen erottuminen

- Mahdollisuus tunnistaa maksumuurin takana olevat jo ennen klikkausta
- Korostuneesti aikakauslehdissä ja iltapäivälehdissä

Näköislehtien käytettävyyden parantaminen:

- Käyttöliittymien helppokäyttöisyys ja monipuolisuus

Sanomalehdissä keskittymisen helpottaminen

- Ei lukemista häiritsevää mainontaa
- Tai mainoksia, jotka sekoittaa varsinaisen sisällön kanssa

Sanomalehdissä selkolukuisuus

- Helpottamaan vanhuksilla
- Auttamaan nuoria keskittymään

Tekoäly:

- Vaikea nimetä, mitä kaikkea tällä voisi tehdä, mutta oletetaan, että jokin rooli tulee olemaan
- Mahdollisesti ihmisen tuottamana sisältö voisi olla tekoälyn maailmassa kiinnostavaa?

Yhteenvettoa ja johtopäätökset

D I G I

- Reaaliaikaisuus ja ajankohtaisuus
- Räätelöitävyys
- Tiedon hakeminen ja jakaminen
- Helppo käyttökokemus
- Edullisuus
- Digitaalinen mediankäyttö on ekologista

- Yhteiskunnallinen jakautuminen
- Keskittymisen vaikeutuminen
- Riippuvuus älylaitteisiin
- Silmille raskas

P R I N T T I

- Keskittyminen
- Laaja tiedonvälitys
- Positiivinen tunnelataus
- Säilyy pidempään

- Vanhanaikainen ja hidas
- Ekologisesti kestämaton
- Huonosti saatavilla

Vaikka digilehdissä on kritisoitavaa, niiden lukeminen tuskin vähenee.

Eikä siirtymä ainakaan ole takaisin printtiin.

”Digisanomalehdet ja niiden käyttö kasvavat mielestäni kokoajan ja nuoremmille sukupolville ne ovatkin jo luonnollinen tapa lukea lehtiä. Niiden helppous ja mukana kulkeminen on plussaa, vaikka paperilehdessä onkin se oma tunnelmansa.”

Nainen, 37-v.

”Valitsen nykyään yksinomaan digipalvelun. Se on nopea ja halvempi. Tosin, silloin tällöin ostan irtonumeron koska haluan kokea paperilehden tuoksun ja käsittelyn sekä lukea sitä sivu sivulta eteenpäin. Tällä hetkellä en enää näe vaihtoehtoja siirtymiseen takaisin paperiversioon. Ainoastaan ikävä ja muisto jää. Ne kestivät oman aikansa ja olivat mukana yhteiskunnan muutoksissa.”

Mies, 66-v.

Neljä merkittävää ristiriitaa suhteessa digilehtiin

Käyttöliittymän tai alustan luonne vs. sisältö

- Digitaalista käyttöliittymää varsinkin älylaitteissa käytetään tällä hetkellä nopeaan ja silmäiltävään sisältöön.
- Käyttäminen perustuu helppouteen, ajankohtaisuuteen, tylsien hetkien täyttämiseen.
- Lehtien digisisällöt ovat kuitenkin pitkälti rakennettu samoin kuin printissä, erityisesti sanomalehdissä eikä se tunnu tukevan muistamista tai oppimista.

Maksullisuus vs. mainokset

- Digisisältöihin yhdistetään voimakkaasti ilmaisuus ja se, että verkosta löytyy lähes kaikki tieto ilmaiseksi, kun näkee vain vähän vaivaa.
- Myös lehtien sisällön toivotaan olevan ilmaista, on vaikea ymmärtää, miksi pitäisi maksaa.
- Samaan aikaan myös mainoksiin suhtaudutaan negatiivisesti ja suuri osa kehitysehdotuksista kohdistuu nimenomaan mainoksiin ja niiden määrään.

Tarjolla oleva muotojen paljous vs. käytetyt muodot

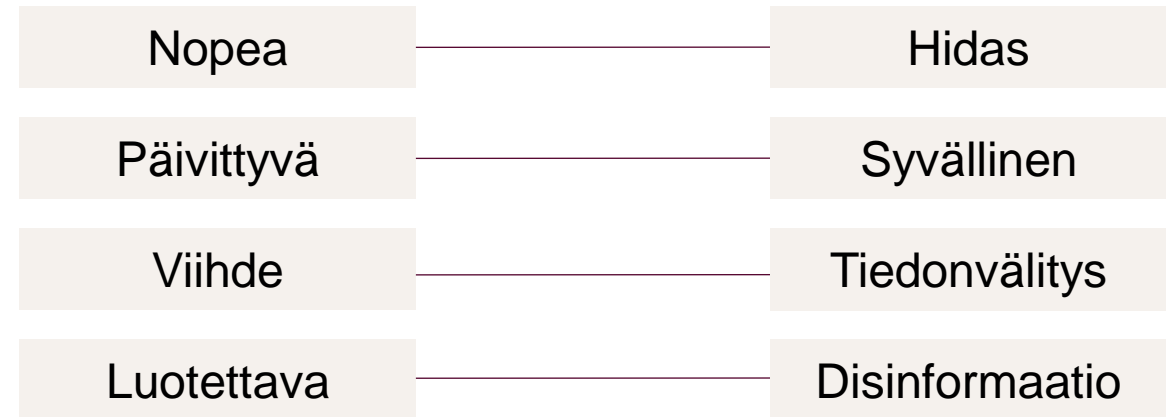
- Ymmärretään, että digitaalisuus mahdollistaa monia muotoja. Tulevaisuuden skenaarioissa monimuotoisuuden ajatellaan jopa kasvavan.
- Silti käyttötilanteissa keskitytään tekstiin, sillä se sopii tilanteeseen parhaiten (ei ääniä, nopea, ei mainoksia).

Personointi, algoritmit ja räätälöinti vs. objektiivinen tiedonvälitys

- Digisisällöiltä ja alustoilta odotetaan jo personointia, itselle suunnattuja kiinnostavia sisältöjä ja mainontaa.
- Toisaalta huolta aiheuttaa tiedonvälityksen kaventuminen ja yhteiskunnallinen jakautuminen, lukkiutuminen omaan sosiaaliseen ja poliittiseen kuplaan.

Olisiko aika määritellä mediaa uudelleen?

Tutkimuksen dataa tarkastellessa merkittävimmät dikotomiat tuntuivat olevan:



Nykyiset digialustat - niin perinteiset kuin some - eivät kuitenkaan tunnista näitä jakoja vaan

a) Toimivat vanhan logiikan mukaisesti

JA / TAI

b) Tarjoavat kaikkea sisältöä suloisesti sekaisin

Navigointi ja vastuu jää tällä hetkellä käyttäjälle.

Ehkä on käynytkin niin, että teknologinen kehitys on huikean paljon nopeampaa kuin mihin kykenemme inhimillisesti reagoimaan.

Teknologia kuitenkin pakottaa meidät ajattelemaan uudella tavalla, jotta saamme nuorimmat sukupolvet kiinni.

On oleellista ymmärtää käydäänkö mediaa vilkaisuissa monta kertaa päivässä vai halutaanko siihen syventyä kerralla kunnolla. Ja digimediassa tukea valittua käyttötapaa.

Ehkä jako ei tulevaisuudessa olekaan digi vs. printti vaan nopeat mediat vs. keskittymisen mediat.

Se voisi mennä vaikka näin:

Nopeat mediat

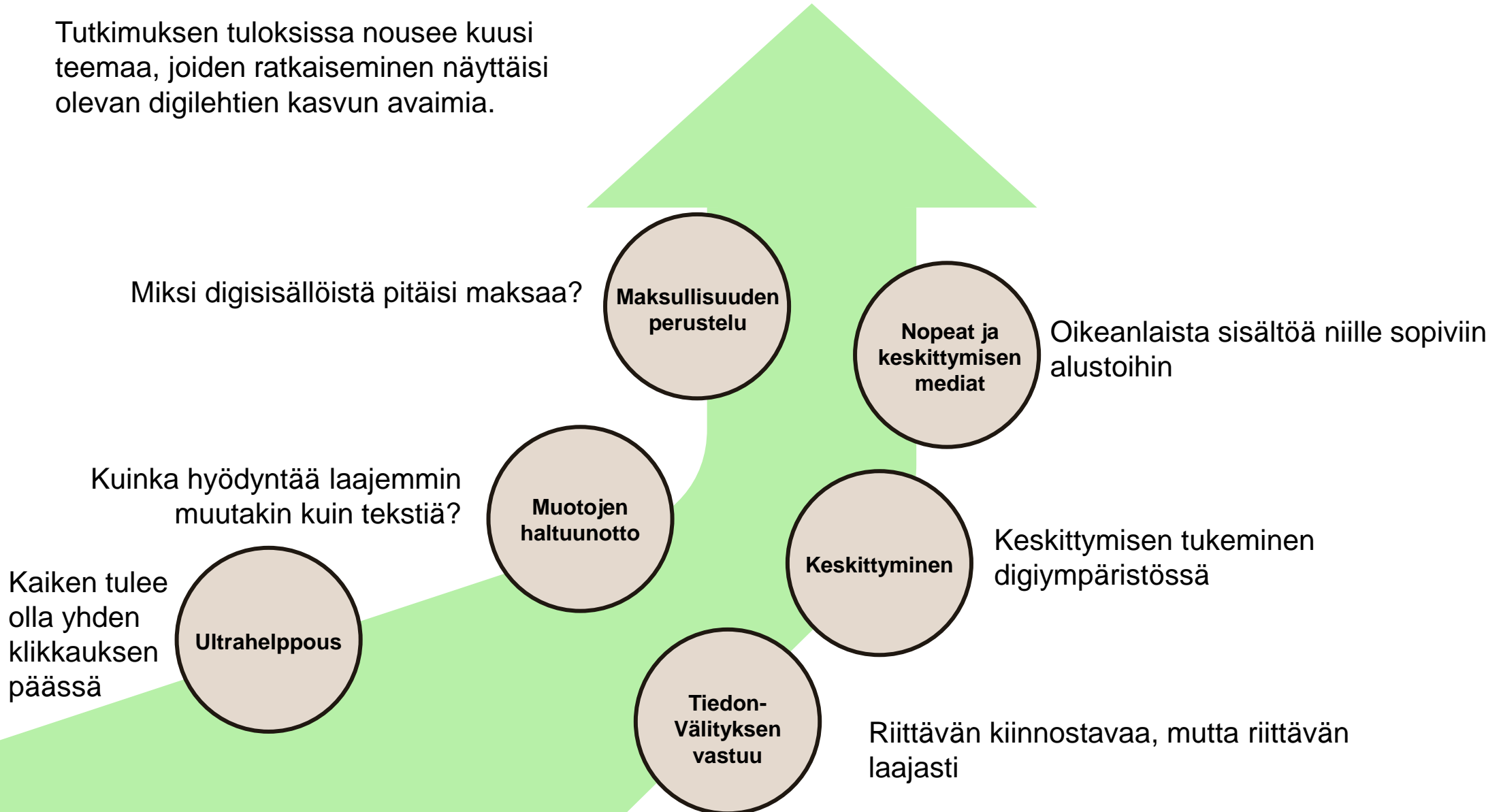
- Ajankohtaisia, päivittyviä, nopeasti vilkaistavia
- Tunne siitä, että pysyy mukana ajassa, tietää, mitä tapahtuu, ennakointi
- Tärkeää skrollattavuus, nopea omaksuminen ja mieleen painaminen
- Todennäköisemmin verkkosivulta tai sovelluksesta
- Lähteinä:
 - Valtakunnalliset
 - Kansainväliset
 - Suuremmat sanomalehdet
 - Uutispalvelut
 - YLE
 - Maikkari
 - Sosiaalinen media

Keskittymisen mediat

- Syventäviä, staattisia, vievät enemmän aikaa
- Yhdistyy voimakkaammin nautinnon tunteeseen, rauhaan ja rentoutumiseen, pitkäaikaisempaan oppimiseen
- Tärkeää keskittymisen tukeminen, ärsykkeiden pieni määrä, mahdollisuus syventyä yhteen mediaan kerrallaan
- Todennäköisemmin printtinä tai näköislehtenä
- Lähteinä:
 - Aikakauslehdet
 - Paikalliset lehdet
 - Feature-artikkelit
 - Podcastit
 - Kirjat

Digilehtien kasvun hypoteesit

Tutkimuksen tuloksissa nousee kuusi teemaa, joiden ratkaiseminen näyttäisi olevan digilehtien kasvun avaimia.



Kasvun hypoteesit tarkemmin

Nopeat ja keskittymisen mediat

- Oikeanlaista sisältöä niille sopiviin alustoihin.
- Sisältöjen tunnistaminen ja ohjaaminen oikeanlaisiin alustoihin.
- Käyttäjän tarpeiden ja käyttötilanteiden tukeminen.

Maksullisuuden perustelu

- Miksi digisisällöistä pitäisi maksaa?
- Mitä ainutlaatuista kustantajat tekevät, jota muualta ei saa? Miksi aiemmin ilmaisesta tulisi maksullista? Mikä on se hyöty, mitä maksullisuus käyttäjälle tarjoaa?
- Luottamuksen rakentaminen siihen, että maksamalla saa jotain arvokasta.

Muotojen haltuunotto

- Kuinka hyödyntää laajemmin muutakin kuin tekstiä?
- Kuinka parantaa muotojen käytettävyyttä ja helpottaa tunnistettavuutta jo otsikkotasolla?
- Vaikka nykykäyttäjät painottavat tekstiä, mitä tapahtuu kun TikTok-sukupolvet, Alfat kasvavat aikuisiksi?

Keskittyminen

- Keskittymisen tukeminen digiympäristössä.
- Millaisilla keinoilla voidaan tukea digikanavassa käyttäjän keskittymistä yhteen mediaan ja yhteen lähteeseen kerrallaan?
- Miten auttaa asioiden mieleen painamisessa ja oppimisessa sekä mielenrauhan saavuttamisessa?

Ultrahelpous

- Kaiken tulee olla yhden klikkauksen päässä.
- Erityisesti maksullisten palveluiden ehdoksi asetetaan käytettävyyden yksinkertaisuus – ei kirjautumista, ei tunnistautumista, ei useita vaiheita.
- Nuorempi ikäluokka tottuneempi maksamiseen ja mataliin kynnyksiin, kuinka näistä otetaan koppi?

Tiedonvälityksen vastuu

- Miten rikkoa algoritmien valta, mutta pysyä yhä kiinnostavana?
- Yhteiskunnallisen jakautumisen ja liiallisen kuplautumisen estämiseksi pitäisi pystyä tarjoamaan laajaa tarjontaa maailman tapahtumista, mutta kuitenkin riittävän kiinnostavalla tavalla.

Ajatuksia Kansallisen mediatutkimuksen sisällön kehittämiseen (1/2)

- Nopeiden medioiden ja keskittymisen medioiden kvantifiointi
 - Silmäily ja otsikoiden skrollaus vs. keskittyminen ja pidemmän ajan käyttäminen erilaisissa lähteissä
- Näköislehden käyttö
 - Eri ikäryhmät
 - Käytettävyyden näkökulma
- Uutisten seuraamisen kanavat
 - Perinteiset uutisten välittäjät vs. some
 - Erityisesti ikäryhmien tarkastelu
- Eri muotojen käyttäminen
 - Suhtaudutaan positiivisesti, mutta käytetään vain tekstiä
 - Olisi kiinnostavaa ymmärtää syvällisemmin suhdetta videoihin ja äänien käyttämiseen eri ikäryhmissä ja mahdollisesti eri kulttuurien/alueiden välillä
- Kiinnostus maksullisiin sisältöihin
 - Erityisesti uudenlaiset tavat maksaa vain yksittäisistä sisälöistä, ei vain tilaukset

Ajatuksia Kansallisen mediatutkimuksen sisällön kehittämiseen (2/2)

- Mahdollinen erillinen kvantitatiivinen tutkimus tässä tutkimuksessa esille tulleiden asioiden lisäsyventämiseksi vuonna 2025, joka liitetään KMT raportointiin ja samalla testataan mahdollisia KMT:hen lisättäviä tai muokattavia kysymyksiä